

天皇訪英、
ロンドン五輪で注目



キャサリン妃(左)がウィリアム王子(右)との婚約会見で着た「イッサ ロンドン」のワンピースはすでに完売。



ケイト・モス(38才)ほかセレブに人気の「グローブ・トロッター」

老舗高級百貨店の「ハロッズ」

Welcome!

日本の女子を惹きつけるのには理由があった!



人気です

英国ブランド

Made in England

王室御用達の文具ブランド「スマイソン」

バーバリー ハロッズ アクアスキュータム etc.

五輪とダイヤモンド・ジュビリーに沸くロンドン

階級社会に裏打ちされた「きちん」と感

7月に開幕するロンドン五輪に、エリザベス女王即位60周年を祝う「ダイヤモンド・ジュビリー」。大きなイベントが続き、今年、世界でもっとも熱い国、イギリス。ファッションその他でもいま、英国ブランドの人氣が高まっている。バーバリーやハロッズ、ウェッジウッドなどの老舗から、キャサリン妃が着て一躍注目を集めているイッサ ロンドンなどの新進気鋭ブランドまで——日本人の心をつかんでほざかない、Made in Englandの魅力に迫ります!

「ほかの先進諸国に比べて、良くも悪くも階級社会が厳然と残っているのがイギリスです。王室を頂点に、貴族、ブルジョア(中産階級)、プロレタリアート(労働者階級)……というヒエラルキーがいまも存在している。靴職人の子供は靴職人になる」といった家業を受け継ぐシステムが、いまも有機的に機能しています」

「実際の、キングズイングリッシュ(イギリス式英語)を話す若い男性は、世界中の社交界でめっちゃめちゃモテますしね(笑い)」(藤岡さん)

「バーバリー」や「アクアスキュータム」「ダックス」……、イギリスを代表するブランドのトレンチコート、ブリーツスカートなどのトラッドアイテムは、セブン世代の女性ならば一度は着たいと思ったことがあるはずだ。

「イギリスブランドの揺るがぬ、本物感」は、女性の心をくすぐります」

と語るのは、ファッションジャーナリストの藤岡篤子さん。

この伝統を重んじ、受け継いできたイギリスのブランドには、他国の製品と比べて、安心感や安定感があると評価する。

「イギリス製品には、お金をいくら積んでも手にはいらない、品格」のようなものがある。

「というのには、英国専門商社BLBGの田窪寿保社長。同社は、日本でも優香(31才)や押切もえ(32才)をはじめとする有名人が愛用するハンドメイド旅行カバンで知られる「グローブ・トロッター」や、文具で有名な「スマイソン」など、イギリスの名品を多く扱っている。

「トラディショナルなイギリス

ス製品は、使っているうちに愛着がわいて、自分にはかわからない満足感がある。心の贅沢をもたらすものが多いんです」(田窪さん)

現在、入荷するまで半年待ちという「グローブ・トロタター」も、使い込むほどに味が出る。本物のひとつだ。

「生産量をむやみに増やさないのもイギリス式。労働力が安い途上国の工場での大量生産なんて考えてもいません。

目先の利益を拡大するよりも、次の100年をどう生き抜くかを見据えている。そんな精



1707年創業の老舗百貨店「フォートナム&メイソン」。

香水の「ベンハリガン」(左)と食器の「ウェッジウッド」(右)も主要御用達ブランド。



神もまた、イギリスらしさなんでしょうね」(田窪さん)

革新的でもありながら、 コンサバでありながら

イギリスの伝統文化に詳しい服飾史家で、明治大学特任教授の中野香織さんは、「伝統と最先端テクノロジーを組み合わせた」と英国ブランドを分析する。

「同じタータンチェックでも、時代や季節によって柄の大きさや色を変えている。トラッ

ドな中に、いまの感覚を取り入れるのが上手なんです」(中野さん)

(中野さん)

「バーバリー」のチェックがまさにそう。キャメル地に黒・白・赤のラインがはいった「バーバリークラシックチェック」をベースに、太めの菱形のラインを加えた「ノバチエック」など、さまざまナバリエーションを生み出してきた。乙女心をくすぐる花柄で親しまれている「リバティ社」のプリントも、飽きのこないクラシカルなから若者受けするモダンなもので幅広く展開している。

また、エリザベス女王即位60周年を記念した「ダイヤモンド・ジュビリー」(ダイヤモンド婚)といわれる60年の祝祭を機に、イギリスファッション界を再興させようとする動きも活発だという。「ヴィヴィアン・ウエストウッド」に代表されるパンクファッション、ピートルズ、ツイギーなどが世界中の若者を虜にし、スウィング・ロンドン、といわれるムーブメントを巻き起こした60年代以降、イギリスブランドは長い間、鳴かず飛ばず。デザイナーは皆、パリやミラノに流れてしまいました。しかし'09年にミラノで活躍していた「バーバリー・プロサム」のデザイナーに勲章

1875年、日本をはじめ東洋の装飾品や織物を扱った店としてスタートした「リバティ社」。



エリザベス女王が25才で即位し、ハネムーン用にトラベルケースを特注して以来愛用している「グローブ・トロタター」の60周年記念コレクション。

を与えて英国に呼び戻し、イベント年の今年には「ステラ マッカートニー」や「アレキサンダー・マックイーン」のスペシャルラインを母国で発表させるなど、英国からのトレンド発信を着々と戦略化していきます」(藤岡さん)

たとえばワンピースが人気の「イッサ ロンドン」は、出さないコンサバ感が強み。しかも比較的リーズナブルなため大人気だが、いちばんのブレイク要因はキャサリン妃(30才)がウイリアム王子(29才)との婚約会見時に着用したことだ。

「ニューショップも老舗も、重要なのはコンセプトがあること」と

というのは、著書に「ロンドンで学んだ女性の向上心」(朝日文庫)などがある作家

・雑誌編集長の井形慶子さん。たとえば、「バーバリー」は第1次大戦のときに塹壕(トレンチ)で戦った兵士のためにつくった「トレンチコート」を原形に、現在まで織りやすく機能的な上着を生産し続けている。新顔の「イッサ ロンドン」は「ベッドルームからミートینگまで、どこにでも着ていけるドレスがつくりたい」という思いからスタートしており、グラマラスでありながらもその着心地のよさに定評がある。

「コンセプトの有無と同時に重視されるのが、そのブランドが社会に貢献しているかどうかということ。ブランドだけでなく著名人も有名になればなるほどその傾向は顕著で、だからこそ公の場で身に着け



エレクションと反逆精神を兼ね備えた「ヴィヴィアン・ウエストウッド」。



'60年代、一世を風靡したビートルズは若者に多大な影響を与え、モッズ、サイケデリックファッションが流行。

ることによって、世界中に発信していく。その発信力には素晴らしいものがあります」(井形さん)
その影響力の「頂点」に立つともいえるのが、「王室御用達」のお墨付きである。ロイヤルワラントという資格。最盛期には、七つの海を支配していたといわれる大英帝国。そのはるか昔から今日にいたるまで続いているのだ。

香水の「ベンハリガン」、食器の「ウェッジウッド」、百貨店で日本では紅茶が人気の「フォートナム&メイソン」……等々、現在は約800の企業やブランドがその榮譽を得ているが、5年ごとの厳密な審査によって資格が取り消されることも。
大型デパートの「ハロッズ」は買収された先の子息とダイアナ元妃(享年36)が交通事故に遭った一件により王室との間に亀裂が生じ、長年のワラントを失った。

王室もキャグにできる ユーモアセンス

そもそも、日本人がイギリスブランドを好きな背景には、両国に共通点が多いことも関係しているようだ。島国という地理的要素、王室(日本は皇室)の存在、明治維新の際にイギリスを新しい国づくり

のモデルにしたという歴史……。
「古いものを大事にする精神、質実剛健さ。生活がごちんままりしているところも似ていますよね。流行りのガーデニングだって、日本でいうなら坪庭や盆栽。自然に親しみ、愛でる心も両者に共通しています」(井形さん)
さらに、英国人ならではの氣質として知られるのが、そのユーモアセンス。王室がスキャンダルを突っ込まれても余裕で笑える寛容さがあるという。
「王室という特権を許されたかわりに、伝統的にいじられてきたんです(笑)。イギリスにおいては王室のスキヤンダルも、恥ではなく、親しみやすさ」と受け入れられている。王室のメンバーもまた不完全な人間に過ぎないと認めて、国民の共感につなげていっている。人間力の深みとともにしたたかさも感じますね」(中野さん)
7月27日にオリンピックの開会式を迎えるイギリス。この機会に訪れたいと考えている人も多いかもしれないが、マナーを重んじる国ゆえ、初めての際には注意が必要だ。「きちんとした店では、ハワイなどのリゾート感覚でTシャツ短パンで行くと入店を拒否されることも。デニムはN



元ビートルズのポール・マッカートニーの次女が手かける「ステラマッカートニー」のウェア。



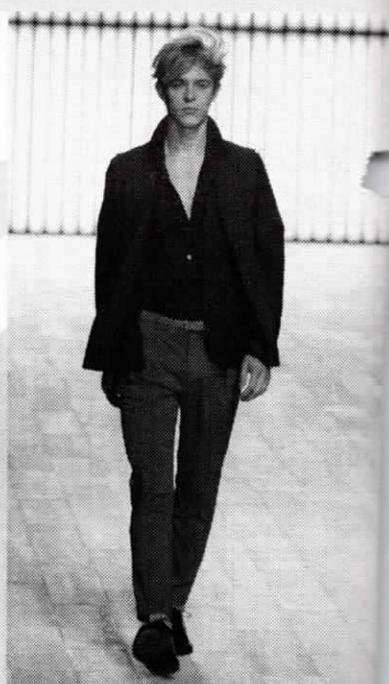
女性らしいピンヒールが特徴的な靴ブランド「ジミーチュウ」。



小花や野苺、バラなどの柄を用いたインテリア・雑貨が日本でも大人気の「キャスキッドソン」。

G、男性はネクタイをするのがマナーと覚えておきましょう」(田窪さん)
とはいえ、堅苦しく閉鎖的というわけではなく、他の民族や文化に対する理解の深い国だとも。
「道に迷ったら案内してくれたり、ペビーカーを地下鉄の階段の下まで運んでくれたり、困った人がいたりしたら手を差し伸べる、という国民性。

知らない人との「出会い」も大切に行っているのが、彼らの親切さに触れてイギリスが大好きになる日本人は多いですよ」(井形さん)
ぶれずに「本物」を愛し、ユーモアセンスを持ち、自分らしく人生を楽しむ——そんなイギリス人の精神やライフスタイルが感じられるから、私たちは英国ブランドに惹かれるのかも。



「ポール・スミス」をはじめ、「イギリスといえば紳士服」ともいわれるほど種類が豊富で質も高い。